

Формирование имиджа города (на примере Петропавловск-Камчатского городского округа)

Город Петропавловск-Камчатский имеет слабо выраженный имидж. Для привлечения желаемых аудиторий городу необходимо делать акцент на существующих конкурентных преимуществах.

Камчатский край имеет уникальные природные объекты и животный мир, которыми активно интересуются американские исследователи из «National Geographic», но которые практически не известны российским туристам.

У города отсутствуют слоганы и маркетинговые программы по продвижению региона, хотя, несомненно, факторы, способные создать неповторимый имидж имеются.

Приведем эти уникальные факторы, определяющие идентичность города Петропавловск-Камчатский:

- – самый восточный город России;
- – единственный город России на берегу океана;
- – столица края, где сосредоточены рыбные ресурсы и морепродукты, имеющие мировое значение;
- – столица края, где сосредоточены поддерживающие безопасность России силы, формирующие стратегический паритет (именно поэтому Камчатский флот получил в народе название «осиное гнездо»);
- – город, окруженный вулканами;
- – центр туристической индустрии региона.

Делая акцент на этих преимуществах, можно усилить благоприятный имидж города как среди внешних аудиторий, так и у местных жителей. Однако использования для позиционирования города только стратегии имиджа будет не достаточно, необходимо также развивать и другие стратегии маркетинга.

Одним из инструментов формирования имиджа города является разработка визуальной символики. Официальная символика должна ассоциироваться с городом и вызывать положительные эмоции. Петропавловск-Камчатский имеет герб и флаг, в которых отражается история города, его статус и природно-географические характеристики (см. на вкладке).

Герб Петропавловска-Камчатского – исторический, высочайше пожалован городу 26 апреля (9 мая н. с.) 1913 г. Новый герб утвержден 18 октября 2006 г. Геральдическое описание герба следующее: «В серебряном поле три черных огнедышащих горы (средняя впереди двух других) с червлеными пламенами и черными дымами над ними. Щит увенчан муниципальной короной установлен-

ного образца. Щитодержатели – серебряные в золотых одеяниях Святые Апостолы Петр (справа) и Павел (слева), одной рукой поддерживающие щит, а в другой имеющие: Петр – серебряные ключи и свиток, Павел – книгу; подножие – два положенных накрест лапами вниз золотых морских якоря» [1]. Толкование символики герба: «Обрамление соответствует современному статусу и значению города. Корона своей формой и цветом указывает на статус Петропавловска-Камчатского как городского округа, а наличие лаврового венка – на то, что Петропавловск-Камчатский является столицей субъекта Российской Федерации – Камчатской области. Щитодержатели – Апостолы Петр и Павел – указывают на имя города и его святых покровителей, подножие в виде якорей – на исключительное морское и военно-морское значение Петропавловска-Камчатского и определяющее значение Петропавловска как морского порта для развития российского Дальнего Востока. Лента указывает на то, что в 1972 году Петропавловск-Камчатский был награжден правительственной наградой – орденом Трудового Красного Знамени» [1].

Флаг Петропавловск-Камчатского городского округа представляет собой прямоугольное полотнище из двух горизонтальных полос: верхняя – белого, нижняя – синего цветов. В центре белой полосы расположено изображение герба городского округа. Нижняя часть полотнища представляет волнообразные полосы синего, голубого и белого цветов, символизирующих Петропавловск-Камчатский как морской порт. Пять гребней волн указывают на город с численностью населения более 50 тыс. чел. [2].

Для продвижения символики в Петропавловске-Камчатском утвержден день герба – 26 апреля. День герба – это мероприятие, которое в настоящее время направлено только на внутреннюю аудиторию, а для продвижения символики среди внешних аудиторий никаких мероприятий не проводится. Основными инструментами реализации имиджевой стратегии являются коммуникационные мероприятия, которые показывают открытость территории для контактов, позволяют больше узнать о преимуществах территории. Сюда можно отнести выставочную активность. Так с 1 по 5 декабря 2011 г. в Камчатском выставочном зале проходила выставка «Камчатка сегодня – 2011». Экспозиция выставки продемонстрировала проекты, готовые к реализации в различных сферах деятельности: спорт и туризм, образование, строительство и транспорт, медицина, культура, рыбохозяйственная деятельность, экология и природопользование. Имидж также формируется при помощи событийных мероприятий. Для воздействия на внутреннюю аудиторию города широко празднуются как общероссийские, так и специфические для региона праздники. Главный городской праздник – День города. Официально Днем города считается 17 октября, но празднование происходит в середине сентября при более комфортной погоде. На высоком уровне отмечаются и главные профессиональные праздники

Камчатки – День рыбака и День военно-морского флота. Все городские праздники отмечаются на главной площади, откуда открывается живописный вид на Авачинскую бухту, Вилучинский вулкан и Култучное озеро. Массовые праздники – это инструмент единения жителей, формирования патриотических чувств и, как следствие, позитивного имиджа. В городе производятся сувениры (например, магниты) с изображениями бурых медведей и лососей на фоне видов города и пейзажей, а также книги на русском и английском языках.

Суммируя проведенный обзор коммуникационных мероприятий по продвижению Петропавловск-Камчатского городского округа, можно сделать вывод, что на сегодняшний день город идет по пути реализации имиджевой стратегии в маркетинге территорий.

Примечания

1. О принятии положения о гербе Петропавловска-Камчатского городского округа: Решение Городской Думы Петропавловск-Камчатского городского округа Камчатской области от 24.01.2007 № 568-р. URL: <http://geraldika.ru/symbols/18513>

2. Городская Дума Петропавловск-Камчатского городского округа: официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://dumapk.ru/press-center/simvolica>

В. Е. Сениченко (Санкт-Петербург)

Политика брендинга территории как важный фактор экономического развития туристической муниципальной администрации (на примере города Ярославля)

В современном урбанистическом ландшафте России все большую популярность среди городов стали завоевывать региональные центры, которые на современном этапе развития экономики смогли привлечь инвестиции в туристическую отрасль за счет реализации политики брендинга городской территории. Развитие данного направления в городской политике может стать ключевым фактором экономического развития местной туристической отрасли.

Сегодня ни одному муниципальному образованию не гарантирован экономический успех его выгодным географическим положением или наличием промышленного потенциала. Городская политика должна быть направлена на привлечение крупных инвесторов на свою территорию, а также сочетаться с политикой использования инновационных, современных технологий городского